

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHARAH DI BPRS PNM BINAMA

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusunoleh :

ROY ZAINAL WILDAN ALFARIQI

1405015187

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN WALOSONGO SEMARANG
2018**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7608454 Semarang, 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

21 Mei 2018

Nomor : B-1279/Un.10.5/D.1/PP.00.9/5/2018
Lampiran : -
Hal : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Tugas Akhir

Kepada Yth.
Ahmad Turmudi, SH., M.Ag
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal tugas akhir mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Roy Zainal Wildan
NIM : 1405015187
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Taharah Menggunakan Akad Mudharabah Di
BPRS PNM BINAMA

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing penulisan tugas akhir mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan tugas akhir.

Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. 7608454 Semarang 50185 Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Roy Zainal Wildan Alfariqi
NIM : 1405015044
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **"STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHARAH MENGGUNAKAN
AKAD MUDHARABAH DI BPRS PNM BINAMA"**

Telah dimunaqosahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengann predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 25 Januari 2019


Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (D3) tahun 2019/2020.


Semarang, 25 Januari 2019

Mengetahui


Ketua Sidang

sekretaris Sidang

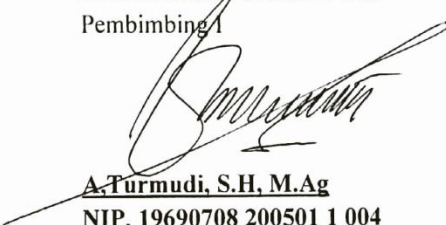

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.
NIP. 19700410 199503 1 001
Penguji I


A. Turmudi, S.H, M.Ag
NIP. 19690708 200501 1 004
Penguji II




Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 003
Pembimbing I


Drs. H. Wahab, MM.
NIP. 19690908 200003 1 001


A. Turmudi, S.H, M.Ag
NIP. 19690708 200501 1 004

MOTTO

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ
فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ
الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ
كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya:

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat. (QS Al Baqarah : 198)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini kepada:

1. Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak M.Ishak dan Ibu Debby framesty terimakasih atas doa dan kasih sayang serta perhatian yang telah diberikan kepada saya, tanpa doa dukungan dari bapak dan ibu mungkin anakmu tidak seperti sekarang ini, merupakan perjuangan awal dari anakmu ini. Doa bapak dan ibu yang senantiasa terus dan terus kuharapkan agar langkahku terus maju dalam menggapai cita-citaku.
3. Mbah nisa, mbah asikin, mbah maslah yang selalu menantikan kesuksesanku yang telah memberikan perhatian dari kecil.
4. dan untuk rekan ku yang selalu mendukung sampai batas terakhir ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis orang lain atas diterbitkan. Demikian juga tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam refrensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 5 july 2018

Deklarator,



Roy Wildan Alfariqi

1405015187

ABSTRAK

BPRS PNM Banama Semarang merupakan lembaga keuangan syariah yang melakukan kegiatan menghimpun dan melalui mekanisme akad mudharabah. Salah satu produk menghimpun dana ini yaitu tabungan taharah, dan dalam menghimpun dana memerlukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang member arahan kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa saja yang di terapkan di BPRS PNM Binama Semarang. Dengan rumusan masalah bagaimana penerapan strategi pemasaran di BPRS PNM Binama Semarang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang dilakukan di BPRS PNM Binama Semarang untuk menggali data-data yang relevan atau sumber data primer dan sekunder, penulis melakukan pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode deskriptif analisis.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama Semarang yaitu dengan promosi langsung dengan masyarakat dalam praktiknya marketing BPRS PNM Binama Semarang melayani serta mempengaruhi, menawarkan dan mensosialisasikan produknya kepada masyarakat secara langsung. Selain promosi ada pula periklanan, media periklanan yang di lakukan oleh BPRS PNM Binama yaitu di lakukan dalam bentuk brosur, internet, mmt, dan media cetak.

Selain strategi pemasaran ada juga hambatan-hambatan yang dialami oleh BPRS PNM Binama Semarang diantaranya yaitu tidak adanya pemahaman masyarakat tentang lembaga keuangan syariah khususnya BPRS PNM Binama Semarang, Masyarakat menganggap bahwa konvensional dengan yang syariah sama saja. Selanjutnya yang menjadi kendala dalam memasarkan produk di BPRS PNM Binama Semarang adalah yang terakhir kurangnya sumber daya manusia atau marketing yang profesional.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Tabungan Taharah, akad mudharabah.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya program D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa Rahmat bagi seluruh alam, keluarga, sahabat dan kepada kita umatnya. Semoga kita termasuk umat yang memperoleh syafaat di Yaumul Qiyamah nanti. Amin

Melalui pengantar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penulisan TA ini, atas dukungan dan motivasi yang diberikan. Pada kesempatan ini, secara lebih khusus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag.,MM selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah
4. Bapak A.Turmudzi, SH.,MH selaku pembimbing Tugas Akhir yang berjasa membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini dan meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Perbankan Syariah yang tidak bias saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat yang telah kalian berikan selama saya menuntut ilmu di UIN Walisongo Semarang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PESETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN DEKLARASI.....	iv
HALAMAN ABSTRAKS.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x

BAB 1 :PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penulis	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Pengumpulan Data	8
G. Sistematika Penulisan	9

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Perbankan Syariah	
1. Pengertian Mudharabah	11
2. Landasan hukum Mudharabah	12
3. Macam-macam Mudharabah	16
B. Definisi Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
2. Konsep pemasaran.....	20
3. Bauran pemasaran.....	22

BAB III :Gambaran Umum PT BPRS PNM Binama Semarang

A. Latar belakang pendirian PT BPRS PNM Binama	
Semarang.....	28
B. Legalitas badan usaha PT BPRS PNM Binama	
Semarang	28
C. Visi Misi PT BPRS PNM Binama Semarang.....	29
D. Struktur Organisasi PT BPRS PNM Binama	
Semarang.....	32
E. Produk-Produk PT BPRS PNM Binama	
Semarang.....	37

BAB IV :Analisa Strategi pemasaran Produk Taharah Di BPRS PNM Binama Semarang

A. Gambaran umum tentang produk Taharah Di BPRS PNM Binama	
Semarang	44
B. Strategi pemasaran produk taharah di BPRS PNM Binama	
Semarang	45

BAB V :PENUTUP

A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
C. Penutup	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Perbankan dalam kehidupan suatu Negara adalah salah satu agen pembangunan (agent of development). Hal ini dikarenakan adanya fungsi utama dari perbankan itu sendiri sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kemasyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.¹

Memasuki abad ke-20an, terjadi kebangkitan umat islam dalam segala aspek. dalam aspek ekonomi dan bisnis juga perkembangan pemikiran-pemikiran yang mengarah pada orientasi sistem keuangan dalam menghapuskan instrumen utama yaitu bunga. usaha tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mencapai kesesuaian dalam melaksanakan prinsip-prinsip ajaran agama islam yang mengandung dasar-dasar keadilan, kejujuran, dan kebahagiaan.²

Menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah yang dimaksud dengan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya.³

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam menetapkan fatwa dibidang syariah, prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan universalan (*rahmatan lil 'alamin*).⁴

Bank syariah yang terdiri dari BUS, UUS, serta BPRS, pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan Bank Konvensional, yaitu melakukan penghimpunan

¹Trisadini P. Usanti, *transaksi Bank syariah*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013, hlm 1

²Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UII Pres, 2004, hlm 3

³Mardani, *Hukum Bisnis Islam*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2014, hlm 149

⁴Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009, hlm. 35

dan penyaluran dana masyarakat disamping menyediakan jasa keuangan lainnya. Perbedaanannya adalah seluruh kegiatan usaha bank syariah, UUS dan BPRS didasarkan pada prinsip syariah. Implikasinya disamping harus selalu sesuai dengan prinsip hukum islam juga adalah karena dalam prinsip syariah memiliki berbagai variasi produk yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional.⁵ Disamping itu dana perbankanpun berasal dari tiga sumber: 1) modal yang berasal dari pendiri atau pemegang saham; 2) simpanan masyarakat dalam bentuk deposito, giro, dan tabungan. deposito dilakukan dengan akad mudharabah; giro dapat dilakukan dengan akad mudharabah atau wadi'ah/titipan; dan tabungan dapat dilakukan dengan akad mudharabah atau wadi'ah.⁶

Dalam strategi marketing dikenal dengan tiga medan pertempuran yang harus dimenangkan, yaitu pada aspek strategi, yaitu segmentasi pasar (*segmentation*), target pasar yang tepat (*targeting*) dan penentuan posisi (*positioning*) harus lebih baik dalam rangka memenangkan peran pemikiran, bagaimana untuk menarik nasabah. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk yang diinginkan oleh konsumen, perhitungan berapa banyak kebutuhan akan produk itu, bagaimana cara menyalurkan produk tersebut kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya ditetapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumennya.

Pemasaran adalah suatu fungsi perusahaan yang selalu berusaha menjawab tantangan perubahan lingkungan. Pemasaran strategis mengacu pada factor strategis sedangkan strategi pemasaran mengacu pada factor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pembungkusan, pemberian merek, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan sebagainya. Kegiatan pemasaran itu sering dikenal dengan sebutan Marketing Mix yang juga dikenal dengan singkatan 4P sebagai singkatan dari product, price, place, dan promotion.⁷

Dalam konteks pemasaran, promosi penjualan merupakan upaya pemasaran yang bersifat media dan non media untuk merangsang coba-coba dari konsumen, meningkatkan permintaan dari konsumen atau memperbaiki kualitas produk. Hal yang penting yaitu bahwa upaya pemasaran melalui promosi penjualan dilakukan dalam jangka

⁵Andi Soemitra, *Bank dan lembaga Keuangan Syariah*, ... hlm 72

⁶Jaih Mubarak, *Hukum Ekonomi Syariah Akad Mudharabah*, (Bandung: Fokusmedia, 2013), hal 31

⁷Gitosudarmo indriyo, *manajemen strategis*, Yogyakarta: BPFE, 2001 hal.195

pendek. Konsumen akan terbiasa dengan promosi penjualan akan cenderung sama dengan respon terhadap kegiatan yang bukan promosi penjualan. Promosi penjualan dapat dirancang untuk memperkenalkan produk baru dan juga membangun merk dengan penguatan pesan iklan dan citra perusahaan, selain itu promosi penjualan dapat mendorong konsumen agar dapat melakukan pembelian.

BPRS adalah bank pengkreditan rakyat yang sistem operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip muamalah islam. sedangkan usaha bank BPRS meliputi penyediaan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai ketentuan yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah No.72 tahun 1992 tanggal 30 oktober 1992⁸. perkembangan bank perkreditan rakyat berdasarkan laporan OJK tahun 2015 secara kuantitas, pencapaian bank perkreditan rakyat sungguh membanggakan dan terus mengalami perkembangan. jika pada tahun 1998 hanya 76 bank perkreditan syariah, maka pada januari 2015 (Berdasarkan data statistik yang di publikasikan oleh OJK) jumlah bank perkreditan rakyat syariah mencapai 171 unit⁹.

Peningkatan yang sangat positif tersebut juga telah di lakukan oleh PT BPRS BINAMA . PT BPRS Binama yang berdiri tanggal 12 juli 2006 di kota semarang. Merupakan sebuah lembaga keuangan yang berupaya untuk mengembangkan ekonomi, khususnya untuk masyarakat menengah kebawah.¹⁰

Sebagai lembaga intermediasi yang menjembatani antara pihak yang surplus dengan pihak yang defisit dana, PT. BPRS PNM Binama menggunakan prinsip syariah di dalam kegiatan *funding* dan *landing*. Melalui PT. BPRS PNM Binama kelebihan dana-dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberi manfaat kepada dua belah pihak.

Aktivitas *funding* merupakan aktivitas pokok bank syariah dengan menghimpun dana dari masyarakat dan menyediakan fasilitas produk penghimpun dana.¹¹ BPRS Binama menghimpun dana dari masyarakat menggunakan akad *mudharabah* dalam produk tabungan *mudharabah* (Tabungan Taharah, Tabungan pendidikan serta Tabungan Umroh) dan deposito *mudharabah* (1, 3, 6, 12, dan 24 bulan). Akad *mudharabah* adalah

⁸(Martono, 2007:109).

⁹(www.ojk.go.id).

¹⁰Sejarah lahirnya PT. BPRS BINAMA Semarang dalam *Company profile*

akad kerjasama antara dua pihak, di mana pihak pertama yakni *shahibul mal* sebagai pemilik dana menyediakan seluruh dana dengan keuntungan yang disepakati. Dalam aplikasi penghimpun dana di PT. BPRS Binama, maka nasabah sebagai pemilik dana dan PT. BPRS Binama sebagai pengelola. Di dalam UU No.21 2008 diatur kegiatan usaha BPRS meliputi:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 - a. Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
 - b. Investasi berupa Deposito atau Tabungan berwujud lain yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah.
2. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
 - a. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah.
 - b. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad murabahah, salam atau istishna'.
 - c. Pembiayaan berdasarkan akad qardh
 - d. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahya bittamlik dan
 - e. Pengambil alihan hutang berdasarkan akad hawalah.
3. Menempatkan dana pada Bank Syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi berdasarkan akad mudharabah dan atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah.
4. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan Nasabah melalui rekening Bank

Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional, dan UUS.

5. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya yang sesuai dengan Prinsip Syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

Strategi pemasaran yang diterapkan pada suatu perusahaan, maka juga akan menentukan mutu perusahaan itu sendiri karena dapat mempengaruhi jumlah nasabah serta pendapatan bank itu sendiri. Di PT. BPRS PNM Binama Semarang, produk penghimpunan dana dalam produk Taharah di kalangan nasabah atau masyarakat masih belum mengetahui kegunaan dan fungsi dari produk Taharah. Kebanyakan nasabah atau masyarakat beranggapan kalau produk Taharah sama saja dengan Tabungan-tabungan yang lain. Oleh karena itu berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin meneliti dan ingin mengangkatnya di dalam penulisan tugas akhir yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHARAH MENGGUNAKAN AKAD MUDHARABAH DI BPRS PNM BINAMA SEMARANG”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi pemasaran produk taharah di BPRS PNM Binama Semarang?
2. Kendala apa saja yang dihadapi oleh BPRS PNM Binama dalam proses pemasaran produk taharah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penulisan

Untuk mengetahui arah suatu kegiatan yang dilakukan perlu adanya suatu tujuan yang dimaksud. Tujuan dari penulis tugas akhir ini adalah:

- a. Mengetahui strategi pemasaran produk Taharah menggunakan akad mudharabah di BPRS PNM Binama Semarang
- b. Mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan BPRS PNM Binama Semarang

2. Manfaat Penulisan

Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penjelasan yang dipaparkan dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

a. Bagi penulis

- 1) Dapat menambah wawasan dan berfikir kreatif tentang bagaimana strategi pemasaran produk Taharah di BPRS PNM Binama Semarang
- 2) Untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam ilmu perbankan syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

b. Bagi BPRS PNM Binama Semarang

Penelitian ini dapat memperkenalkan eksistensi BPRS PNM Binama Semarang di masyarakat luas, memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara syariah.

c. Bagi Perodi D3 Perbankan Syariah

Menambah informasi dan dapat menjadikan referensi, khususnya bagi akademisi mengenai produk pendanaan funding di BPRS PNM Binama Semarang

d. Bagi masyarakat

Menambah wawasan masyarakat mengenai tabungan Taharah yang ada dalam BPRS PNM Binama meliputi karakteristik, system Tabungan Taharah, dan factor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran yang ada di BPRS PNM Binama Semarang, sehingga masyarakat lebih paham dan percaya untuk mengambil produk Tabungan Taharah.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini sebelum penulis mengadakan penelitian lebih lanjut kemudian menyusun menjadi karya ilmiah maka langkah awal yang penulis lakukan adalah mengkaji terlebih dahulu dan melihat buku-buku yang akan dijadikan referensi oleh penulis. Setelah penulis melakukan kajian kepustakaan, penulis akhirnya menemukan beberapa skripsi dan TA yang membahas tentang:

1. Skripsi Pandu Panuntun yang berjudul “*Penerapan Bagi Hasil Pada Tabungan Haji BRI Syariah Jakarta*” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014). Skripsi ini menjelaskan bahwa penerapan sistim bagi hasil yang telah ditetapkan oleh BRI Syariah Jakarta pada Tabungan haji adalah mengacu pada prinsip *revenuesharing* artinya bank BRI Syariah memperoleh pendapatan dari debitur (orang yang melakukan pembiayaan dan BRI Syariah langsung mendistribusikan kepada *shahibul maal* bagi hasilnya yang telah disepakati bersama kemudian dipotong untuk biaya-biaya operasional.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur sa’adah 092411133 dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang”. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran produk Talangan Haji, persamaan dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi pemasaran tetapi berbeda dalam produk pada BMT. Penulis membahas pada produk pembiayaan rahn sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur bertumpu pada produk Talangan Haji. Nur mengatakan, pemasaran dalam aspek marketing mix di BSM Cabang Ungaran menerapkan beberapa konsep, yaitu strategi produk, harga, lokasi, dan promosi. Dalam promosi yang dilakukan BSM, melalui periklanan berupa media TV, Radio, Brosur, Internet, Publisitas, dengan kegiatan presentasi pada kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (field research). Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sumber data sekunder. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah dengan cara obsevasi, wawancara, dokumentasi.

Oleh sebab itu penulis menganggap bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian sebagaimana tersebut diatas seta bukan plagiasi.¹²

A. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir ini untuk mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut:

1. Tipe Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.¹³ Dengan demikian, penelitian ini menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikan data yang ada di BPRS PNM Binama Semarang

2. Sumber data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang penulis pergunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a) Data primer,

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, seperti wawancara.¹⁴ Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dari BPRS PNM Binama Semarang

b) Data sekunder

Yaitu sumber data yang memperkuat data pokok baik yang berupa manusia atau benda (majalah, buku, Koran, dll).¹⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen-dokumen. Buku-buku, dan data-data lain yang berkaitan dengan judul penulis.

3. Teknik pengumpulan data yaitu :

¹²Nur Sa'adah, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang, tahun 2013

¹³Cholid Narbuko dan Abu ahmad, *Metodologi penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, cet . ke-3, 2003, hal 44

¹⁴Amirudin Dan Zainal Asikin, *pengantar metode dan Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003 hlm 30

¹⁵Sumardi Suryabrata, *metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cet ke II, 1998. Hlm 85

Beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan antara lain:

a. Interview

Interview atau disebut wawancara atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.¹⁶ Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan karyawan BPRS PNM Binama Semarang

b. Observasi

Observasi merupakan metode yang bukan hanya sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kedalam suatu skala bertingkat.¹⁷ Penulis mengadakan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti yaitu dengan melihat langsung kegiatan pemasaran produk Taharah di BPRS PNM Binama Semarang

c. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi penelitian menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.¹⁸

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen di BPRS PNM Binama Semarang

B. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar didapat kejelasan arah dalam masalah yang dihadapi, oleh karena itu sesuai dengan masalah yang dihadapi penulis membagi dalam 5 (lima) bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat hasil penelitian, tinjauan pustaka, metodeologi penelitian dan sistematika penelitian.

¹⁶Sukardi, *metodologi penelitian pendidikan kompetensi Dan Praktiknya*, Jakarta: Bumi Aksara , 2003 hlm 58

¹⁷Suharsimi Arikunto, *prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1997, hlm. 204

¹⁸*Ibid.* hlm 130

BAB II TINJAUAN UMUM TERHADAP AKAD MUDARABAH DAN STRATEGI PEMASARAN

Dalam bab ini berisi tentang definisi rahn, landasan hukum rahn, rukun dan syarat rahn, definisi pemasaran, bauran pemasaran dan strategi pemasaran

BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG BPRS PNM BINAMA SEMARANG

Bab ini penulis akan menjelaskan sejarah singkat BPRS PNM Binama Semarang, struktur organisasi BPRS PNM Binama Semarang, produk dan jasa BPRS PNM Binama Semarang, dan mengetahui tentang Tabungan Taharah menggunakan akad Mudharabah di BPRS PNM Binama Semarang

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHARAH MENGGUNAKAN AKAD MUDHARABAH DI BPRS PNM BINAMA SEMARANG

Penulis akan membahas strategi pemasaran produk Taharah menggunakan akad Mudharabah di BPRS PNM Binama Semarang dan analisa penulis terhadap strategi pemasaran produk Taharah menggunakan akad mudharabah di BPRS PNM Binama Semarang

BAB V PENUTUP

Bab ini membuat kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberikan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produk TAHARAH(Tabungan Harian *Mudharabah*)

Taharah adalah tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* yaitu akad kerjasama antara “*ShohibulMaal* (pemilik dana/penabung) dengan “*Mudharib*” (PT.BPRSBINAMA) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata – rata pengendapan harian. Dalam produk taharah nasabah dapat melakukan setoran maupun penarikan sewaktu – waktu.

Syarat :

- a. Mengisi aplikasi pembukaan rekening.
- b. Melampiri fotocopy identitas diri (KTP).
- c. Setoran awal minimal Rp.10.000,- untuk perorangan dan Rp.25.000,- untuk badan usaha.

Keuntungan :

- a. Aman karena di jamin LPS.
- b. Bebas biaya administrasi bulanan.
- c. Bagi hasil sesuai prinsip syariah.
- d. Layanan auto debet
- e. Layanan pick up service
- f. Nisbah bagi hasil 35% : 65%

B. Produk Taharah dengan Kontruksi Akad Mudharabah

1. Pengertian *Mudharabah*

Menurut ulama fiqh kerjasama *mudharabah* (perniagaan) sering juga di sebut dengan *Qiradh*.¹ Dalam Fiqhus sunnah juga disebutkan bahwa *mudharabah* bisa dinamakan dengan *qiradh* yang artinya memotong.

¹Abdullah Rahman Al Jaziri, *kitabul fiqh'alal Madzahibil Arba'ah*, jus 3, Beirut: Daarul kutub Al 'Ilmiah, hlm 34

Karena pemilik modal memotong sebagian hartanya agar diperdagangkan dengan memperoleh sebagian keuntungan.²*Mudharabah* berasal dari kata *dharab* yang berarti memukul atau berjalan lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya. Sedangkan secara istilah, *mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha antara dua belah pihak dimana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana , sedangkan pihak kedua (pengelola dana) berindak selaku pengelola, dan keuntungan usaha dibagi diantara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansialnya hanya di tanggung oleh pengelola dana.³

Sedangkan menurut pengertian istilah fiqh *al-mudharabah* adalah sebagai berikut:

a. Mazhab Hanafi

Mudharabah adalah akad atas suatu syariat dalam keuntungan dengan mata uang tunai yang di serahkan kepada pengelola dengan mendapatkan sebagian dari keuntungannya jika diketahui dari jumlah keuntungannya.

b. Mazhab syafi'i

Mudharabah adalah penyerahan suatu model tertentu dan jelas jumlahnya atau semaknanya kepada orang yang mengusakannya dengan mendapatkan bagian tertentu dari keuntungannya.

c. Mazhab Hambali

Mudharabah adalah penyerahan suatu model tertentu dan jelas jumlahnya atau semaknanya kepada orang yang

²Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, Jilid 3, Riyad: Daarul Muayyad, 1997, h. 220.

³Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h. 181.

mengusahakannya dengan mendapatkan bagian tertentu dari keuntungannya.⁴

Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*Shahibul Maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *Mudharabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi di tanggung oleh pemilik modal apabila kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola. Si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.⁵

2. Dasar Hukum *Mudharabah*

a. Al Qur'an

Akad *Mudharabah* diperbolehkan dalam islam karena bertujuan untuk saling membantu antara pemilik modal dan seseorang yang ahli dalam memutarakan uang (usaha/dagang). *Mudharib* sebagai enterpreuner adalah sebagian dari orang-orang yang melakukan perjalanan untuk mencari karunia dari rida Allah.

Allah SWT berfirman :

⁴Muhammad, *Teknik Bagi Hasil Keuntungan pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2004, h. 37.

⁵Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, Cet. 1, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, h. 95.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ
فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ
الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ
كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ ﴿١٩٨﴾

Artinya:

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat. (QS Al Baqarah : 198)⁶

﴿إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَى مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ وَطَائِفَةٌ مِنَ
الَّذِينَ مَعَكَ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ عَلِمَ أَنْ لَنْ تُحْصَوْهُ فَنَّابَ عَلَيْكُمْ
فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ عَلِمَ أَنْ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَرْضَىٰ وَءَاخِرُونَ
يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَءَاخِرُونَ يُقْنِلُونَ فِي سَبِيلِ
اللَّهِ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاقْرِضُوا اللَّهَ
قَرْضًا حَسَنًا وَمَا نُقِضْهُمُ إِلَّا أَنْفُسُهُمْ مِنْ خَيْرٍ يُجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرٌ وَأَعْظَمَ أَجْرًا
وَأَسْتَغْفِرُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٢٠﴾﴾

Artinya

“Seseungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasannya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. Dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu berkali-kali tidak dapat

⁶Rifai, Terjemah...,h. 1037-1038.

*menentukan batasan-batasan waktu-waktu itu, maka dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa aka nada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. Dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan) di sisi Allah sebagai balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. Dan mohonlah ampunan kepada Allah: sesungguhnya Allah Maha pengampun lagi Maha Penyayang. (QS Al Muzzamil: 20)*⁷

b. Al Hadist

1. Diriwayatkan dari Ibnu Abbas, bahwa sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya dan membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, maka yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Sampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah dan Rasulullah pun memperbolehkannya (H.R. Thabrani).
2. Dari Shalih Suhaib, bahwa Rasulullah bersabda: Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkatan: Jual-beli secara tanggung, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumag, bukan untuk dijual. (H.R. Ibnu Majah no. 2280, kitab At Tijarah).⁸

⁷*Ibid.*,h. 994.

⁸Antonio, *Bank...*, h. 47.

c. Ijma

Imam Zailai, dalam kitabnya *Nasbu ar Rayah* (4/13), telah menyatakan bahwa para sahabat telah berkonsensus terhadap legitimasi pengolahan harta yatim secara mudharabah. Kesepakatan para sahabat ini sejalan dengan spirit hadist yang dikutip abu ubaid dalam kitab *Al Amwal* (454)

3. Syarat Rukun *Mudharabah*

Rukun Mudharabah dari segi teori akad adalah :

1. shighat (pernyataan yang berupa penawaran untuk melakukan mudharabah (ijab) dan pernyataan penerimaannya (qabul);
2. dua pihak yang berakad (shahib al-mal, investor) dan mudharib (pelaku usaha);
3. obyek akad (ma“qud, yaitu modal usaha, ra“s al-mal) dan
4. akibat hukum (maudhu „al-„aqd, yaitu tujuan utama kontrak dilakukan)⁹.

Suatu akad mudharabah dipandang sah secara hukum apabila syarat-syarat masing-masing rukun akad telah terpenuhi, yaitu :

1. Syarat-syarat ijab-qabul adalah :
 - 1) ijab dan qabul harus secara jelas menunjukkan maksud kedua belah pihak;
 - 2) antara ijab dan qabul harus muttashil (bersambung) dan dilakukan dalam satu majelis akad, yaitu suatu kondisi dimana kedua belah pihak yang berakad terfokus perhatiannya untuk melakukan kontrak (tidak lagi dipahami secara harfiah, yaitu pertemuan secara fisik);

⁹Ghufron A. Mas“adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Semarang: PT RajaGrafindo Persada, 2002, h. 197.

2. Pelaku kontrak („aqid) disyaratkan harus mukallaf, yaitu dewasa, berakal sehat, dan cakap hukum baik untuk menanggung beban maupun untuk menunaikan kewajiban (ahliyyat al-wujub wa al-ada");
3. Objek akad (ma"qud) harus memenuhi empat syarat :
 - 1) obyek akad harus sudah ada secara konkret ketika kontrak dilangsungkan, kecuali akad yang mengandung unsur al-dzimmah (tanggung jawab) seperti akad jual-beli salam dan istishna";
 - 2) obyek akad harus merupakan sesuatu yang menurut hukum islam sah dijadikan obyek kontrak, yaitu harta yang dimiliki serta

4. **Fatwa No: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan**

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan Menimbang, Mengingat, Memperhatikan: Memutuskan, Menetapkan: tentang Tabungan.

Pertama Tabungan ada dua jenis:

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah dan wadi'ah*

Kedua: Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan Mudharabah:

1. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau pemilik dana, dan bank sebagai mudharib atau pengelola dana.
2. Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah

dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.

3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
5. Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketiga: Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan wadi'ah:

1. Bersifat simpanan
2. Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan.
3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

d. Macam-Macam Mudharabah

Secara umum mudharabah terbagi kepada dua jenis, yaitu : Mudharabah muthlaqoh dan mudharabah muqayyadah.

1. Mudharabah Muthlaqoh

Yang dimaksud dengan transaksi *mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salaf ash Shahih seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma*

syi'ta (lakukanlah sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberi kekuasaan sangat besar.¹⁰

penerapan mudharabah mutlaqah dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis himpunan dana yaitu tabungan mudharabah dan deposito mudharabah. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

Ketentuan Umum :¹¹

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- 2) Untuk tabungan mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan dan/atau sertifikat sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan atau alat penarikan lainnya kepada penabung. Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan.
- 3) Tabungan mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo dibawah minimum atau status dormant.
- 4) Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang disepakati, 1,3,6,12 bulan.

¹⁰Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta: Atas Kerja Sama Tazkia Institute, 1999), hal 137

¹¹Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP YKPN, 2002), hal 88

Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi nilai pada akad sudah tercantum perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.

- 5) Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

2. **Mudharabah Muqayyadah**

Mudharabah muqayyadah adalah akad mudharabah dimana bank diminta oleh nasabah untuk menyalurkan dana pada proyek atau nasabah tertentu. Untuk tugas ini, pihak bank dapat memperoleh fee atau porsi keuntungan. Keuntungan yang diperoleh dari penyaluran dana ini dibagi antara nasabah sebagai sahibul maal dan pelaksana proyek sebagai mudharib.¹²

Investasi Khusus

1) Al-Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (restriced invesment) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Misalnya disyaratkan digunakan untuk bisnis tertentu, atau disyaratkan digunakan dengan akad tertentu, atau disyaratkan digunakan untuk nasabah tertentu.

Teknik Perbankan:

- a. Pemilik dana wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank, wajib membuat

¹²Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal 77

akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

- b. Wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- c. Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus, bank wajib menisbahkan dana dari rekening lainnya.
- d. Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (bilyet) deposito kepada deposan.

2) Al-Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet

Jenis mudharabah ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (arranger) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai dan pelaksanaan usahanya.

Teknik Perbankan:

- a. Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari

- rekening lainnya. Simpana khusus dicatat pada porsi tersendiri dalam rekening administrasi.
- b. Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.
- c. Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan

C. Strategi Pemasaran

a. Pengertian strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasar dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya. Pasar untuk produk jasa perbankan sangatlah luas, sehingga perusahaan atau bank tidak mudah untuk memasuki pasar yang sedemikian luas dan kalupun bisa kemungkinan berhasil sangatlah kecil¹³

Kegiatan memilah-milah pasar ini dikenal dengan segmentasi pasar. Segmentasi pasar akan memberikan kemudahan kepada bank untuk menentukan pasar sasaran atau konsumen yang akad dituju. Segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan geografi, demografi, psikografi, atau berdasarkan perilaku. Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut.¹⁴

1. Sebagai respons organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis

¹³M. Nur Rianto, *Marketing pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta hlm 77

¹⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia,

2. Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
3. Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan. Strategi pemasaran yang jelas akan memberi arah mengkombinasi variabel-variabel segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran konsep strategi yang tidak jelas, keputusan yang diambil akan subjektif.
4. Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi. Setiap organisasi membutuhkan strategi untuk menghadapi situasi:
Keterbatasan sumber daya yang dimiliki;
 - a) Ketidakpastian kekuatan bersaing perusahaan;
 - b) Mengkoordinasikan keputusan-keputusan antar bagian sepanjang waktu;
 - c) Ketidakpastian pengendalian inisiatif;
5. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.

b. Konsep Pemasaran

Istilah-istilah mendasar dalam pemasaran adalah:

a) Kebutuhan (*Needs*)

Suatu keadaan dimana seseorang merasa kekurangan terhadap pemuas dasar tertentu/hakikat biologis.

Contohnya : makan, minum, pakaian, tempat tinggal, keamanan, dana lain-lain.

Pada Bank Syariah : produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syari'ah

b) Keinginan (*Wants*)

Hasrat atau kehendak yang kuat akan pemuas kebutuhan spesifik.

Contoh : nasi goreng, fried chicken, cool drink, es the dan sebagainya. Pada Bank Syari'ah : nilai tambah yang diperoleh seseorang pada saat bersinggungan dengan Bank Syari'ah

c) Permintaan (*Demands*)

Keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan menjadi permintaan jika didukung oleh daya beli. Pada Bank Syari'ah : produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syari'ah

d) Produk (*Product*)

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan. Kadang-kadang kita menggunakan istilah lain untuk produk yaitu penawaran (*offering*) dan pemecahan (*solution*). Produk atau penawaran dapat dibedakan menjadi tiga jenis : Barang fisik, jasa dan gagasan. Pada dasarnya sebuah obyek fisik hanyalah suatu cara untuk mengemas sebuah jasa. Sehingga tugas seseorang pemasar adalah menjual jasa atau manfaat yang diwujudkan dalam produk fisik. Produk Bank Syari'ah : berbagai jenis produk *funding* maupun *financing* atau bahkan produk jasa yang dikembangkan Bank Syari'ah.

e) Nilai (*value*)

Perkiraan konsumen atas seluruh kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhannya.

f) Biaya (*Cost*)

Sesuatu atau jumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan/memuaskan kebutuhan.

g) Kepuasan (*Satisfaction*)

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

h) Pertukaran (*Exchange*)

Tindakan memperoleh produk yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan.

i) Pasar (*Market*)

Terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu.

Menurut Solati Siregar dikatakan, bahwa: pemasaran lembaga keuangan/jasa keuangan adalah usaha untuk menciptakan dan melayani permintaan pasar/nasabah sehingga memperoleh keinginan bagi lembaga keuangan dan masyarakat. Untuk mendapatkan hasil pemasaran sesuai dengan harapan, maka harus mengikuti tahapan-tahapan atau proses pemasaran sebagai berikut :

- 1) Pengenalan Pasar yaitu untuk usaha mengetahui potensi pembeli/konsumen dan mengetahui kebutuhannya.
- 2) Strategi Pemasaran, merupakan tindak lanjut dari pengenalan pasar, yang menyangkut strategi yang akan diterapkan dalam memasarkan produk agar dapat diterima oleh pasar.
- 3) Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang telah dipilih, dalam bauran pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi/system distribusi dan promosi yang disatukan menjadi satu kesatuan sehingga sesuatu dengan konsumen yang akan dituju.

- 4) Evaluasi, harus dilakukan untuk melihat sejumlah mana proses pemasaran dijalankan dan apakah ada perbaikan yang terjadi dalam usaha yang dilakukan.

c. Bauran Pemasaran (*marketing mix*)

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran). Menurut Philip Kotler bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place*, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Menurut Saladin pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.¹⁵

Strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah hal yang sangat menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Elemen bauran pemasaran untuk usaha jasa meliputi 7p, yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*.¹⁶

- 1) *Product* (produk)

Sama halnya dengan perbankan konvensional, produk yang dihasilkan dalam perbankan syariah bukan berupa barang, melainkan berupa jasa. Ciri khas jasa yang dihasilkan haruslah mengacu kepada nilai-nilai syariah atau yang diperbolehkan dalam

¹⁵Nur Rianto Al arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: 2012

¹⁶Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013. Hlm 40

Alquran. Namun agar bisa menarik minat konsumen terhadap jasa perbankan yang dihasilkan, produk tersebut harus tetap melakukan strategi “defferensiasi” atau “diversifikasi” agar para konsumen mau beralih dan mulai menggunakan jasa perbankan syariah.

2) *Price* (harga)

Salah satu elemen yang membedakan antara perbankan syariah dan bank konvensional. Penentuan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu factor terpenting untuk menarik minat nasabah. Menerjenahkan pengertian harga dalam perbankan syariah bisa dianalogikan dengan melihat seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah manfaat dalam bentuk jasa yang setimpal atas pengeorbanan yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut. Ketika jasa yang dihasilkan oleh perbankan syariah mampu memberikan sebuah nilai tambahan (keuntungan) lebih besar daripada perbankan konvensional pada saat ini maka artinya harga yang ditawarkan oleh perbankan syariah tersebut mampu bersaing bahkan berhasil mengguling perbakan konvensional

3) *Place* (tempat atau saluran distribusi)

Dalam melakukan penetrasi pasar, perbankan syariah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik dalam menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menyebarkan unit pelayanan perbankan syariah hingga ke pelosok daerah adalah sebuah keharusan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Modal yang dibutuhkan memanglah tidak sedikit apabila harus dilakukan secara bersamaan. Setidaknya, dibutuhkan waktu dan dilakukan secara bertahap atau bisa juga dengan melakukan system kerja sama

(*partnership*) dengan unit-unit pelayanan sejenis agar jasa yang ditawarkan dengan berbasis syariah tersebut bisa sampai dan menyebar hingga ke pelosok-pelosok daerah di Indonesia. Jika pelayanan perbankan syariah bisa dilakukan dimana saja di seluruh Indonesia maka bisa dipastikan penetrasi pasar perbankan syariah akan lebih cepat berhasil.

4) *Promotion* (promosi)

Dimana juga akan menjadi salah satu factor pendukung kesuksesan perbankan syariah. Dalam pemasaran, efektivitas sebuah iklan sering kali digunakan untuk menanamkan “citra merek (*brand image*)” atau agar lebih dikenal keberadaanya. Ketika konsep citra merek sudah tertanam dibenak masyarakat umum maka menjual sebuah produk baik itu dalam bentuk barang maupun jasa akan menjadi jauh lebih mudah. Kurangnya sosialisasi atau promosi yang dilakukan oleh perbankan syariah bisa menjadi salah satu penyebab lambannya perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini.

5) *People* (SDM)

Hal ini bisa diinterpretasikan sebagai sumber daya manusia (SDM) dari perbankan syariah itu sendiri, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang akan berhubungan dengan nasabah (*customer*). SDM ini pun akan sangat berkorelasi dengan tingkat kepuasan para pelanggan perbankan syariah. Menempatkan SDM pada tempat yang sesuai dengan kapasitasnya (*the right man on the right place*), memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik. Sebab jika strategi yang diimplementasikan keliru maka akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan jangka panjang pelanggan.

6) *Process* (proses)

Merupakan salah satu unsur tambahan bauran pemasaran untuk usaha jasa yang cukup mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu pemasaran dalam perbankan syariah, bagaimana proses atau mekanisme mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan perbankan syariah yang efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Proses ini kan menjadi salah satu bagian yang sangat penting bagi perkembangan perbankan syariah agar dapat menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan efektif dan efisien.

7) *Physical Evidence* (bukti fisik)

Produk berupa pelayanan perbankan syariah merupakan sesuatu hal yang bersifat tidak berwujud (*intangible*) atau tidak dapat diukur secara pasti seperti halnya pada sebuah produk yang berbentuk barang. Jasa perbankan syariah lebih mengarah kepada rasa atau semacam testimoni dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa perbankan syariah

d. Karakteristik Pemasaran Syariah

Kertajaya menyatakan bahwa karakteristik pemasaran syariah terdiri dari beberapa unsur yaitu ketuhanan, etis, realistis, dan humanistik.¹⁷

1) Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Theistis atau ketuhanan atau *rabbaniyah* adalah satu keyakinan yang bulat, bahwa semua gerak-gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan Allah Swt. Oleh sebab itu, semua insan harus berperilaku sebaik mungkin, tidak berperilaku licik, suka menipu, mencuri milik orang lain suka memakan harta orang lain dengan jalan yang batil dan sebagainya.

¹⁷Buchari alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung:Alfabeta,2014 hlm 350

2) Etis (*Akhlaqiah*)

Etis atau *akhlaqiah* artinya semua perilaku berjalan diatas normal etika yang berlaku umum. Etika adalah kata hati, dan kata hati ini adalah kata yang sebenarnya, "*the will of God*", tidak bisa dibohongi. Seorang penipu yang mengoplos barang, menimbun barang, mengambil harta orang lain dengan jalan yang bathil pasti hati kecilnya berkata lain, tapi karena rayuan setan akan ia tergoda berbuat curang, ini artinya ia melanggar etika, ia tidak menuruti apa kata hati yang sebenarnya.

3) Realistis (*Al-Waqiiyah*)

Realistis atau *al-waqiiyah* yang artinya sesuai dengan kenyataan, jangan mengada-ada apalagi yang menjurus kepada kebohongan. Semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita, tidak membedakan orang, suku, warna kulit. Semua tindakan penuh dengan kejujuran. Bahkan ajaran Rasulullah Saw. Tentang sifat realistis ini ialah jika anda menjual barang ada cacatnya, maka katakana kepada calon pembeli, bahwa barang ini ada sedikit cacat.

4) Humanistis (*Al-Insaniyah*).

Humanistis atau *al-insaniyah* yang artinya berperikemanusiaan, hormat menghormati sesama. Pemasaran berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik. Jangan sampai kegiatan pemasaran malah sebaliknya merusak tatanan hidup di masyarakat, menjadikan kehidupan bermasyarakat terganggu, seperti hidupnya gerombolan hewan, tidak ada aturan dan yang kuat yang berkuasa.

e. Paradigma Pemasaran Syariah

Terdapat tiga paradigma dalam pemasaran syariah, yaitu strategi pemasaran syariah untuk memenangkan *mind share*, taktik pemasaran syariah untuk memenangkan *market share*, dan *value* pemasaran syariah

untuk memenangkan *heart share*. Ini masih bisa dilengkapi dengan satu lagi strategi yaitu strategi pemasaran syariah untuk menciptakan keberlangsungan (*sustainable*) perusahaan. Yang akan membentuk *image holistic share marketing*.¹⁸

1) Strategi Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Strategy*)

Strategi pemasaran berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai “*how to win the market*”. Komponen dalam strategi pemasaran meliputi pemetaan pelanggan, kelompok pelanggan, aspek psikografis, dan lain sebagainya.

2) Taktik Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Tactic*)

Taktik merupakan aktivitas menggunakan berbagai teknik promosi, pengabdian kepada masyarakat dalam mengusahakan penguasaan pasar atau “*how to penetrate a market*”. Taktik menyangkut teknik yang dapat digunakan untuk merekrut calon pelanggan.

3) Nilai Pemasaran Syariah (*Sharia Marketing Value*)

Value bertujuan untuk merebut tempat di hati konsumen atau “*how to create an emotions touch*”. *Value* akhir-akhir ini menjadi dambaan perusahaan, karena telah terjadi pergeseran selera pelanggan dimana fitur dan benefit tidak cukup lagi untuk memuaskan pelanggan.

4) Citra Pemasaran Syariah

Spiritual merupakan strategi yang paling jitu dan paling unggul, dimana strategi ini mampu memayungi berbagai macam strategi lainnya. Melalui pemasaran spiritual, maka perusahaan dalam

¹⁸Buchari Alma, Manajemen Bisnis Syariah..., hlm 351

kegiatan pemasarannya dapat menguasai *mind share*, *market share*, dan *heart share*.

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. BPRS BINAMA SEMARANG

A. Latar Belakang Pendirian PT BPRS BINAMA Semarang

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) yaitu Bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.¹

PT. BPRS PNM Binama Semarang didirikan oleh tokoh masyarakat dan pengusaha muslim di Semarang, diantaranya H. Hasan Thoha Putra, Ir. Heru Isnawan, serta H. Ilham M. Saleh pada tanggal 5 Juli 2006 Bank Indonesia memberikan izin kepada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melalui keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 08/51/KEP.GPI/2006, dan pada tanggal 8 Agustus 2006 PT. BPRS PNM Binama mulai beroperasi dengan modal awal disetor Rp. 1.000.000.000 yang beralamat di Jl. Arteri Soekarno-Hatta No. 9 Tlogosari Semarang sebagai kantor pusat dan 2 kantor pelayanan kas yang beralamat di Ruko Jatisari Indah Blok C No. 9 Mijen – Semarang, dan Jl. Ngesrep Timur V No. 110 Tembalang – Semarang dengan Direktur Utama Drs. Ahmad Mujahid Mufti Suyui dan Arijanto Tjondro Tjahjono sebagai Direktur.

Kota Semarang sebagai Ibukota Propinsi adalah kota yang mempunyai potensial ekonomi cukup besar segala faktor usaha terdapat di kota ini mulai dari manufakturing, produksi, perdagangan dan jasa. Di beberapa wilayah kota Semarang, seperti Mijen dan Gunung Pati berpotensi pertanian dan peternakan. sementara itu di pesisirnya juga berpotensi perikanan. Penduduk kota Semarang yang mayoritas beragama islam (terutama masyarakat menengah kebawah), mereka ini sebagai pelaku usaha ekonomi menengah ke bawah. Untuk mengembangkan ekonomi menengah ke bawah, dibutuhkan lembaga keuangan yang berbentuk BPRS. Karena dengan BPRS akan memberikan kontribusi yang positif bagi hadirnya pengembangan ekonomi, khususnya bagi masyarakat muslim menengah ke bawah. Berawal dari latar belakang itulah PT. BPRS BINAMA didirikan diprakarsai oleh tokoh masyarakat dan pengusaha muslim.

B. Legalitas bada usaha PT BPRS Binama Semarang

- a. Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 8/51/KEP.GBI/2006 tgl. 5 Juli 2006.
- b. Akte Pendirian Perseroan Terbatas No. 45, tgl. 27 Maret 2006

¹ Khotibul Umam, *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah*, Yogyakarta: BPFE, 2009, h. 41

- c. Pengesahan Akta Pendirian PT. dari Menteri Hukum dan HAM tgl. 3 April 2006
- d. Ijin Usaha dari Bank Indonesia no. 8/51/KEP.GBI/2006, tgl. 12 Juli 2006
- e. Tanda Daftar Perusahaan Perseroan Terbatas no. 11.01.1.65.05684
- f. NPWP:02.774.716.1-518.000

C. Visi dan Misi PT BPRS Binama Semarang

a. Misi

“Menjadi lembaga keuangan yang mempunyai nilai strategis untuk pengembangan ekonomi umat”

b. Misi

“Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang sehat, berkembang dan profesional dengan mutu pelayanan yang baik, resiko usaha yang minimal, tingkat pengembalian yang maksimal dan mempunyai kontribusi dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat”

D. Tujuan Pendirian

Tujuan didirikannya PT. BPRS Binama Semarang meliputi 4 aspek yaitu:

- a. Aspek Peranan Dalam Pengembangan Ekonomi dan Kesejahteraan Ummat
 - i. Memberikan pembiayaan kepada ummat yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap pengembangan ekonomi dan kesejahteraan ummat dalam bentuk peningkatan asset dan penyerapan tenaga kerja.
 - ii. Menumbuhkan potensi dana simpanan masyarakat di BPRS baik bersumber dari dana ide maupun pengalihan dari lembaga keuangan konvensional.
- b. Aspek mutu pelayanan

Mencapai tingkat mutu pelayanan yang baik dan maksimal pada penampilan, kecepatan, kemudahan, dan keramahan dengan tolak ukur :

 - i. Mencapai penilaian baik yang dilakukan oleh pihak luar .
 - ii. Mengurangi keluhan para anggota mitra
- c. Aspek Resiko Usaha
 - i. Menjaga Financing To Deposit Ratio (FDR) pada kisaran 85 - 90 %

- ii. Menjaga penyisian penghapusan aktiva produktif minimal 100% terhadap PPAPWD
 - iii. Menjaga rasio Non Performin Financing (NPF) dibawah 5 %
 - iv. Menjaga Capital Adequacy Ratio (CAR) minimal 12 %
 - v. Menjaga tidak terjadi pelanggaran dan atau pelampauan ketentuan
- d. Aspek Tingkat Pengembalian
- i. Mencapai Return on Equity (ROE) minimal sebesar 19 %
 - ii. Memperoleh Return on Average Asset (ROA) minimal sebesar 2,4 %
 - iii. Memberikan bagi hasil Tabungan equivalen berkisar antara 6 - 8 % pa
 - iv. Memberikan bagi hasil Deposito equivalen berkisar anantara 8 s.d 11 %²

E. Manfaat yang hendak di capai

a. Manfaat social

Terciptanya solidaritas dan kerjasama antar anggota atau nasabah PT. BPRS BINAMA sehingga terbentuk komunikasi ekonomi anggota yang lebih produktif

b. Manfaat Ekonomi

- i. Terwujudnya lembaga keuangan yang bisa membiayai usaha-usaha di sektor kecil dan menengah.
- ii. Menumbuhkan usaha-usaha yang dapat memberi nilai lebih, sehingga meningkatkan kemampuan ekonomi ummat islam.
- iii. Meningkatkan kepemilikan asset ekonomi bagi masyarakat.³

F. Strategi dan Sasaran

a. Strategi

i. Membangun Kepercayaan Umat Terhadap PT. BPRS BINAMA

Yaitu dengan jalan memberikan layanan yang memuaskan, melakukan pendekatan kepada nasabah secara berkala serta meyakinkan bahwa layanan syariah adalah pilihan terbaik bagi masyarakat umat Islam khususnya. Dengan tetap menciptakan suasana

² *Ibid*

³ *Ibid*

hubungan silaturahmi yang erat serta memberikan bagihasil yang lebih menguntungkan.

ii. Melakukan Ekspansi Baik di *Funding* Maupun *Landing*

Guna mempercepat pertumbuhan *funding* dan *landing*, akan dilakukan kerjasama dengan perorangan, instansi maupun organisasi masyarakat. Untuk mewujudkan hal tersebut akan dilakukan kegiatan sosialisasi lewat radio, promosi serta silaturrahim ke calon nasabah potensial.

iii. Peningkatan Kualitas dan Produktifitas SDM

SDM (Sumber Daya Manusia) dalam sebuah perusahaan adalah sebuah asset atau bahkan sebagai *capital* (*Human capital*), sehingga untuk memperoleh kemajuan perusahaan, kualitas SDM juga harus ditingkatkan. PT. BPRS BINAMA akan selalu meningkatkan kualitas SDM yang dimilikinya dengan memberikan pelatihan dan pendidikan.

iv. Melakukan Efisiensi di Semua Bidang

Dalam menjalankan kegiatannya manajemen tetap akan mengutamakan efisiensi untuk menekan biaya operasional Bank. Dengan tujuan agar nantinya dapat menghasilkan output berupa perolehan laba yang signifikan.

b. Sasaran

1) Sasaran Binama

Yang menjadi sasaran pembinaan adalah usaha-usaha kecil dan menengah dengan ketentuan memiliki asset sampai dengan Rp. 500.000.000,- dan berpeluang menumbuhkan lapangan pekerjaan.

2) Sasaran *Funding*

Yang menjadi sasaran *Funding* (penggalangan dana) adalah : Individu, lembaga-lembaga Donor, BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan Instansi Pemerintah.

3) Sektor usaha yang dibiayai, perdagangan, industri kecil, jasa pertanian dan perikanan.⁴

G. Managemen dan Struktur

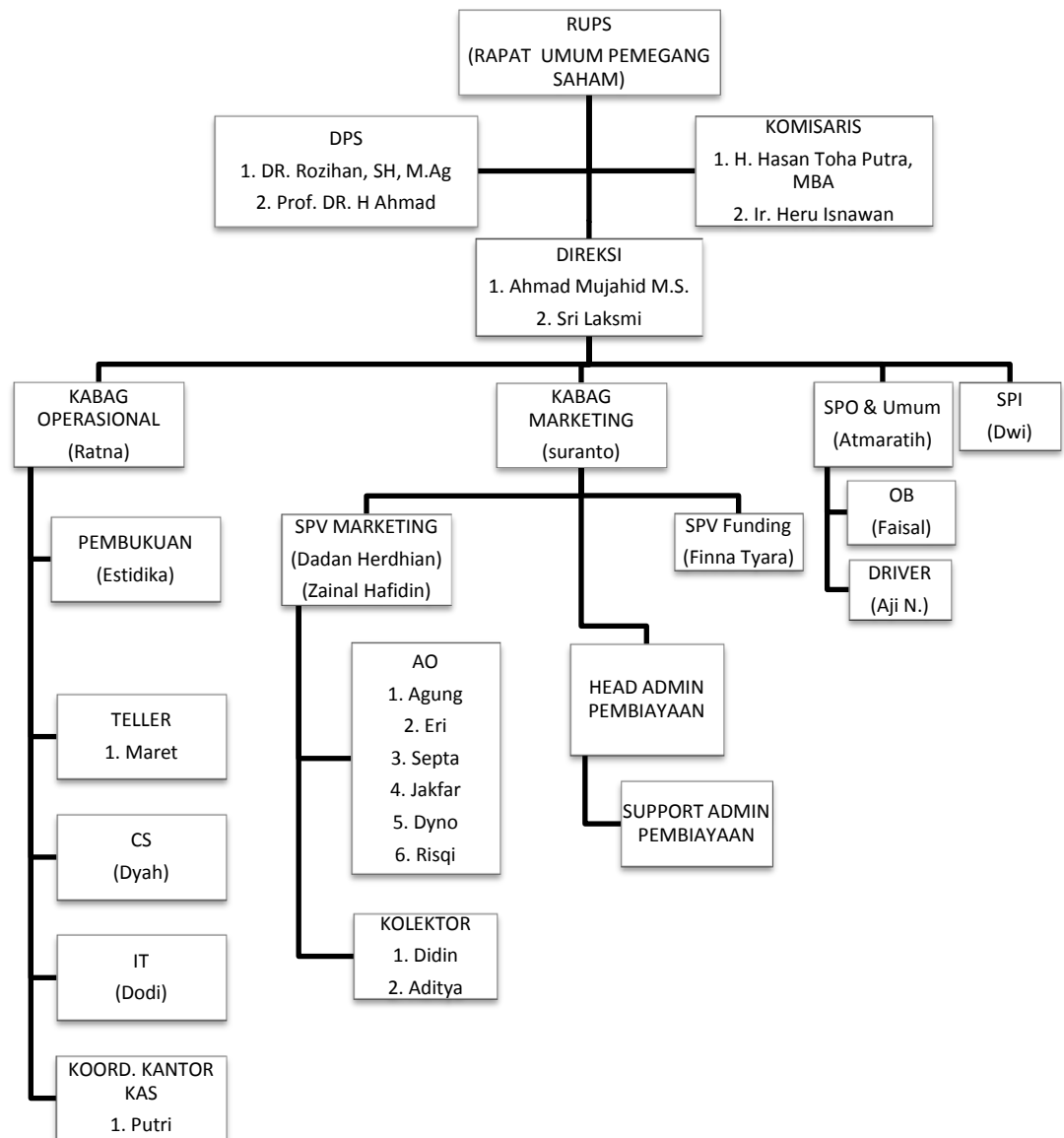
⁴ *Ibid*

a. Managemen

PT. BPRS BINAMA dikelola dengan manajemen profesional, yakni dikelola secara sistematis, baik dalam pengambilan keputusan maupun operasional. Pola pengambilan Keputusan Manajemen telah dirumuskan dalam ketentuan yang baku dalam Sistem dan Prosedur demikian pula dalam operasionalnya yang meliputi *Funding* (penggalangan dana), *Lending* (pembiayaan) dan pembukuan. Operasional PT. BPRS BINAMA didukung dengan sistem komputerisasi baik dalam sistem akuntansi, penyimpanan dan penyaluran pembiayaan. Hal ini memungkinkan untuk memberikan pelayanan yang lebih profesional dan akurat. Selain itu sistem komputerisasi ini semakin meningkatkan performa, kecepatan dan ketelitian dalam penyajian data kepada para nasabah dan binaan. PT. BPRS BINAMA dikelola secara full time dan profesional oleh 30 orang yang masing-masing menguasai pada bidangnya. Personalia PT. BPRS BINAMA berkualifikasi pendidikan mulai dari SLTA, DIII, sampai Sarjana. Selain itu masing-masing diterima dengan sistem seleksi yang ketat dan telah dilatih secara internal maupun eksternal sesuai dengan bidang tugas masing-masing.

b. Struktur Organisasi

Lampiran Surat Keputusan Direksi No. 088/SK-DIR/XI/2017
Tentang Struktur Organisasi PT. BPRS PNM Binama



c. Tugas dan Wewenang

Berdasarkan SOP PT. BPRS BINAMA, uraian kerja antar bagian pada PT. BPRS BINAMA adalah sebagai berikut.

1. Dewan Pengawas Syariah

Tugas dan wewenang

- a) Memastikan dan mengawasi kegiatan operasional yang dilakukan PT. BPRS BINAMA agar selalu sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan DSN.

- b) Mengadakan perbaikan atau revisi atas produk-produk yang telah sedang berjalan dinilai bertentangan dengan syariah.

2. Direktur Utama

Tugas dan wewenang Direktur utama

- a) Memimpin dan mengkoordinir para manajer di PT. BPRS BINAMA secara baik dan professional, guna mewujudkan tujuan, visi dan misi.
- b) Menjaga agar pelaksanaan operasional lembaga sesuai dengan ketentuan dan peraturan, baik eksternal (UU, PP, Kepres, surat edaran dan lainnya) maupun internal (kebijakan dan sistem prosedur perusahaan).
- c) Melakukan kegiatan pemukan dana dan pemasaran pembiayaan serta mencari alternative sumber dana tambahan untuk meningkatkan kinerja PT. BPRS BINAMA mewakili Dewan Komisaris untuk tugas-tugas intern maupun ekstern yang berhubungan dengan kegiatan PT. BPRS BINAMA
- d) Mendelegasikan wewenang kepada pejabat di bawahnya sampai pada batasan tertentu.

3. Kabag Operasional

Tugas dan wewenang Kabag operasional

- a) Membuat program kerja bagi departemen yang dipimpinnya.
- b) Bersama bagian lain yang terkait untuk menyiapkan rencana anggaran organisasi atas dasar keuangan yang sedang berjalan.
- c) Merencanakan, membina, mengkoordinasikan, megamankan dan mengarahkan kegiatan sesuai dengan system dan prosedur PT. BPRS BINAMA.
- d) Memiliki otorisasi untuk transaksi biaya sebesar Rp. 100.000,-.
- e) Mengkoordinasi, mengarahkan dan mengawasi karyawan/staff dibawahnya.

4. Kabag Marketing

- a) Membuat strategi dan rencana kerja marketing.

- b) Memenuhi target pemasaran baik secara kualitatif atau kuantitatif yang mencakup penghimpunan dana dan penyaluran dana, jasa dan hasil usaha.
- c) Memberikan pembiayaan yang aman sesuai kebutuhan anggota PT.

BPRS BINAMA. Mengendalikan pelaksanaan tugas staff/bawahnya di bidang marketing. Pembukuan

- Menyiapkan dan mengamankan bukti-bukti pembukuan transaksi. Meminta kelengkapan dokumen pertanggungjawaban keuangan.
- elakukan monitoring atas posisi keuangan secara uangnya keseluruhan dan melporkannya kepada general manager.
- Menerbitkan laporan keuanagan atas persetujuan Direksi untuk keperluan publikasi.

1. Costumer Service

- Menerima mitra dan memberikan penjelasan mengenai produk tabungan dan deposito yang ada di PT. BPRS BINAMA.
- Memproses aplikasi pembukaan tabungan dan meminta nasabah untuk menyetorkan uangnya ke kas berdasarkan slip setoran tabungan yang telah di buatnya
- Melakukan pengarsipan untuk permohonan tabungan dan deposito pada binder khusus sesuai tanggal.

2. Teller

- Terselesainya laporan kas harian
- Terjaga keamanan kas
- Menerima transaksi tunai dari transaksi-transaksi terjadi di PT. BPRS BINAMA

- Meminta pengesahan laporan *cash flow* dari yang berwenang sebagai laporan yang sah.

3. *Account officer*

- Melayani pengajuan pembiayaan dan memberikan penjelasan produk pembiayaan.
- Membuat analisis pembiayaan secara tertulis dari hasil wawancara dan kunjungan lapangan.
- Membantu penyelesaian pembiayaan yang bermasalah
- Memberi usulan untuk pengembangan pasar kepada manajer.

4. *Administrasi Pembiayaan*

- Menerima berkas-berkas permohonan pembiayaan yang telah disetujui dan siap untuk direalisasikan
- Melakukan pemeriksaan terhadap berkas-berkas kredit atau pembiayaan yang telah disetujui dan siap untuk realisasikan
- Memberikan nomer rekening mitra pembiayaan
- Memproses pencairan kredit yang telah disetujui
- Mengeluarkan laporan resmi mengenai perkembangan pembiayaan atas persetujuan manajer

5. *Sarana dan Umum*

- Mengurus dan menyediakan atau membeli barang untuk keperluan kantor atau pegawai yang meliputi barang-barang cetakan atau tulis menulis, konsumsi peralatan listrik, air kendaraan dan lain-lain
- Mengurusi perbaikan, perawatan dan pembersihan kantor atau gedung dan barang-barang inventaris milik kantor

- Mengusulkan kepada manager operasional dana yang dibutuhkan untuk menunjang kelancaran tugas dibagian sarana dan umum.⁵

⁵ *Ibid*

H. Bidang Usaha

Bidang usaha yang dilakukan PT. BPRS BINAMA sebagai lembaga keuangan, meliputi bidang *funding* dan *landing* yang dikembangkan menggunakan prinsip syariah.

a. Bidang *Funding*

Dalam rangka mempercepat pertumbuhan asset dan pembiayaan, maka perhatian ditujukan pada upaya penghimpunan dana masyarakat. Dalam menghimpun dana dari masyarakat, PT. BPRS BINAMA mengadakan kerjasama dengan instansi dan badan usaha yang memiliki potensi menginvestasikan dananya melalui produk-produk *funding* yang dimiliki. antara lain sebagai berikut.

b. Produk Penghimpunan Dana

Yang menjadi sasaran *funding* (penggalangan dana) adalah: individu lembaga-lembaga, BUMN dan instansi pemerintah melalui produk penghimpunan dana PT. BPRS BINAMA yang dirancang khusus atas dasar syari'ah (dengan sistem bagi hasil), antara lain:

a) Deposito Mudharabah

Deposito *Mudharabah* adalah deposito dengan akad *mudharabah* dimana nasabah sebagai *shohibul Maal* (pemilik dana) dan Bank sebagai *mudharib* yang mengelola dana. Deposito dirancanakan sebagai sarana investasi bagi masyarakat yang memiliki dana. Syarat – syaratnya adalah sebagai berikut :

- Mengisi aplikasi pembukaan rekening
- Melampirkan fotocopy identitas diri (KTP)
- Setoran minimal Rp. 1.000.000,-Keuntungan :
- Aman karena di jamin LPS
- Bebas biaya administrasi
- Bagi hasil kompetitif dan menguntungkan
- Mendapatkan cenderamata
- Jangka waktu 1 bulan (nasabah : bank) 35% : 65%
- Jangka waktu 3 bulan (nasabah : bank) 40% : 60%

- Jangka waktu 6 bulan (nasabah : bank) 45% : 55%
- Jangka waktu 12 bulan (nasabah : bank) 50% : 50%

Ketentuan :

- Deposito yang mendapat cinderamata adalah jangka waktu 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan
- Jenis, nilai dan penyerahan cinderamata di atur sesuai ketentuan bank
- Pencairan deposito sebelum jatuh tempo di kenakan denda sesuai ketentuan bank.⁶

b) Tabungan Pendidikan

Tabungan pendidikan adalah tabungan dengan akad *mudharabah muthlaqah* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan di masa datang. Syarat dan ketentuan :

- Mengisi aplikasi pembukaan rekening
- Melampirkan fotocopy identitas diri (KTP)
- Setoran awal minimal Rp.10.000,-
- Bagi nasabah yang masih duduk di bangku sekolah dasar, maka pembukaan rekening tabungan di atasnamakan orang tuanya.
- Penarikan hanya dapat di lakukan pada bulan Juni, Juli, Agustus, Oktober, Nopember, Desember

Keuntungan :

- Aman karena di jamin LPS
- Bebas biaya administrasi
- Bagi hasil sesuai prinsip syariah
- Layanan pick up service

⁶ Brosur Deposito Mudharabah PT. BPRS PNM Binama Semarang

- Nisbah bagi hasil setara dengan deposito jangka waktu 3 bulan yaitu 40% : 60%
- Dapatkan souvenir cantik untuk setiap pembukaannya
- Kesempatan mendapatkan beasiswa dengan total nilai Rp.1.000.000 untuk saldo Rp.100.000 dan berlaku kelipatannya.⁷

c) Taharah (Tabungan Harian *Mudharabah*)

Taharah adalah tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* yaitu akad kerjasama antara “*Shohibul Maal* (pemilik dana/penabung) dengan “*Mudharib*” (PT. BPRS BINAMA) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata – rata pengendapan harian. Dalam produk taharah nasabah dapat melakukan setoran maupun penarikan sewaktu – waktu.

Syarat :

- Mengisi aplikasi pembukaan rekening.
- Melampiri fotocopy identitas diri (KTP).
- Setoran awal minimal Rp.10.000,- untuk perorangan dan Rp.25.000,- untuk badan usaha.

Keuntungan :

- Aman karena di jamin LPS.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Bagi hasil sesuai prinsip syariah.
- Layanan auto debet
- Layanan pick up service
- Nisbah bagi hasil 35% : 65%

Hadiah yang di undi pada bulan Januari dan Juli berupa :

⁷ Brosur Tabungan Pendidikan PT. BPRS PNM Binama Semarang

- Hadiah utama : 1 Motor Honda Supra X 125
- Hadiah kedua : 2 TV LED 22"
- Hadiah ketiga : 3 Kulkas
- Hadiah keempat : 4 Kompor Gas
- Hadiah kelima : 5 Magicom
- Hadiah keenam : 6 Blender
- Hadiah hiburan : untuk 84 orang pemenang.⁸

d) Tabungan Haji dan Umrah *Mudharabah* (JUMRAH)

Tabungan IB JUMRAH (tabungan haji dan umrah *mudharabah*) adalah jenis simpanan dana pihak ketiga (perorangan) di PT.BPRS BINAMA yang diperuntukan bagi nasabah yang berminat melaksanakan haji dan umrah sesuai dengan kemampuan dan jangka waktu yang direncanakan.

Ketentuan dan persyaratan

1. Akad : *Mudharabah*

- Nisbah : 45%
- Mengisi formulir pembukaan tabungan haji dan umroh
- Fotocopy KTP/SIM atau kartu identitas lainnya yang masih berlaku
- Setoran awal Rp.100.000,- dan Setoran berikutnya minimal Rp.50.000,-

Keuntungan :

⁸ Brosur Tabungan Taharah PT. BPRS PNM Binama Semarang

- Berdasarkan prinsip syariah
- Bebas administrasi bulanan
- Bagi hasil kompetitif
- Dijamin oleh LPS

Manfaat :

- Terencana artinya sebagai sarana untuk merencanakan penunaian ibadah haji dan umroh
- Fleksibel artinya tabungan di setor sewaktu – waktu dengan nominal setoran minimal Rp.50.000,-
- Terjangkau artinya syarat pembukaan tabungan ringan bebas administrasi bulanan.
- Menguntungkan artinya bagi hasil yang kompetitif diberikan setiap bulannya secara otomatis ke rekening tabungan.
- Terjamin artinya dijamin oleh lembaga penjamin simpanan.⁹

e) Taharah Khusus.

Tabungan taharah khusus yaitu tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah* antara “*Shohibul Maal*” (pemilik dana/penabung) dengan “*mudhorib*” (bank) dengan bagi hasil setiap bulan dan mendapatkan hadiah di depan.

Syarat :

- Mengisi aplikasi pembukaan rekening
- Melampirkan Fotocopy KTP/SIM atau kartu identitas lainnya yang masih berlaku

⁹ Brosur Tabungan Jumrah PT. BPRS PNM Binama Semarang

- Bersedia menandatangani surat pernyataan sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku Aman karena di jamin oleh LPS Bebas biaya administrasi bulanan Bagi hasil sesuai prinsip syariah.
- Layanan pick up service
- Nisbah bagi hasil 25% : 75%.¹⁰

f) Zakat, infak dan shadaqah

Yaitu merupakan sarana penampungan dana sosial dari masyarakat yang disalurkan kepada pihak yang berhak dalam 3 cara :

Dalam bentuk pembiayaan *Al Qardhul Hasan* Disalurkan untuk pengembangan sumber daya insani (beasiswa dll) Sebagai bantuan sosial untuk pengentasan kemiskinan

c. Bidang *Landing*

a) Produk Pembiayaan

Dana simpanan dari masyarakat yang ada di PT. BPRS BINAMA dikelola secara produktif dan profesional dalam bentuk pembiayaan untuk pengembangan ekonomi umat. Berbagai produk pembiayaan diperuntukkan bagi mitra yang membutuhkan modal kerja usaha atau investasi maupun kebutuhan konsumtif.

Jenis-jenis akad pembiayaan.¹¹

a. Akad *Mudharabah*

Adalah akad antara dua pihak yang satu sebagai *mudharib* (pengelola usaha) dan yang lain sebagai *shahibul maal* (penyedia modal). Atas kerjasama ini berlaku bagi hasil dengan nisbah yang telah disepakati.

b. Akad *Murabahah* (jual beli)

¹⁰ Brosur Tabungan Taharah Khusus PT. BPRS PNM Binama Semarang

¹¹ Company Profile PT. BPRS PNM Binama Semarang

Adalah menjual dengan harga asal ditambah margin keuntungan yang telah disepakati dan dibayar secara angsuran.

c. Akad *Ijarah* (sewa)

Adalah memberi penyewa kesempatan untuk mengambil pemanfaatan dari barang sewaan untuk jangka waktu tertentu dengan imbalan yang besarnya telah disepakati bersama.

d. Multijasa

Untuk biaya pendidikan, biaya pernikahan dan biaya pengobatan (rumah sakit)

BAB IV

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TAHARAH DI BPRS PNM BINAMA SEMARANG

A. Gambaran umum tentang apa pruduk Taharah di BPRS PNM Binama Semarang

Taharah adalah tabungan yang menggunakan akad *mudharabah* yaitu akad kerjasama antara “*Shohibul maal*” (pemilik dana/penabung) dengan “*Mudharib*” (PT. BPRS BINAMA) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata-rata pengendapan harian. Dalam produk taharah nasabah dapat melakukan setoran maupun penarikan sewaktu-waktu.

Syarat:

- Mengisi aplikasi pembukaan Rekening
- Melampiri fotocopy identitas diri (KTP)
- Setoran awal minimal Rp. 10.000 untuk perorangan dan Rp 25.000 untuk badan usaha

Keuntungan :

- Aman karena di jamin LPS.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Bagi hasil sesuai prinsip syariah.
- Layanan auto debet
- Layanan pick up service
- Nisbah bagi hasil 35% : 65%

Produk taharah di BPRS PNM Binama banyak diminati oleh masyarakat di banding dengan produk tabungan pendidikan, taharah khusus, dan tabungan haji berikut adalah jumlah peminat antara tabungan taharah, tabungan pendidikan, tabungan taharah khusus dan tabungan haji

Pembiayaan	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015
Tabungan taharah	438.103	1.206.533	1.616.084

Tabungan taharah khusus	0	0	0
Tabungan haji	81.561	2545	34.938
Tabungan pendidikan	105.928	222.447	295.874

Dalam mudharabah istilah *profit and loss sharing* tidak tepat digunakan karena yang dibagi hanya keuntungannya saja (*profit*), tidak termasuk kerugiannya (*loss*). Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi di tanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola maka si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Dalam mudharabah yang dibagihasilkan adalah pendapatan. Pendapatan terkecil adalah nol. Maka dimaksudkan kerugian dalam mudharabah adalah ketidak mampuan nasabah dalam membayar cicilan pokok senilai pembiayaan yang telah diterimanya atau jumlah seluruh cicilan lebih kecil dari pembiayaan yang telah diterimanya. Bila terjadi demikian kerugian di tanggung oleh BPRS kecuali akibat

1. Nasabah melanggar syarat yang telah disepakati
2. Nasabah lalai dalam menjalankan modalnya

B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Taharah di BPRS PNM Binama Semarang

Untuk mencapai pasar sasaran tersebut strategi pemasaran produk tabungan Taharah dilakukan oleh BPRS PNM Binama memiliki 4 bauran pemasaran (*Marketing mix*) yaitu

1. Strategi produk

Dari keseluruhan bauran pemasaran, strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap pemasaran. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Strategi produk ialah suatu strategi yang dilaksanakan

oleh perusahaan yang terkait dengan produk yang dipasarkan. Dalam konteks pemasaran produk mencakup produk fisik, jasa, pengalaman, property, organisasi, informasi dan ide.

Strategi produk yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama untuk menarik minat mitra adalah dengan menampilkan mutu dari produk tersebut, yakni dengan memberikan kemudahan dalam memberikan kerjasama dalam bentuk akad mudharabah

2. Strategi harga

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dalam strategi pemasaran secara keseluruhan. Harga yang dimaksud adalah dalam menentukan margin bagi hasil dengan presentasi 35% : 65%.

3. Strategi Distribusi

Distribusi merupakan sekelompok perusahaan atau perorangan yang memiliki hak kepemilikan atas produk atau memindahkan produk dari produsen ke konsumen. Perusahaan haruslah menyebarkan barang-barangnya ke tempat konsumen itu berada. Hal ini merupakan tugas untuk mendistribusikan barang-barangnya kepada konsumen. Mengenai saluran distribusi, BPRS PNM Binama menggunakan saluran distribusi langsung yakni dengan mengadakan penjemputan bola yakni datang langsung ketempat konsumen tinggal untuk mengambil setoran tabungan untuk menjangkau anggota yang tidak sempat datang langsung ke kantor. Dengan demikian maka diharapkan konsumen akan merasa puas karena konsumen tidak perlu lagi repot-repot ke kantor. Di pihak lain BPRS juga memperoleh keuntungan dengan adanya kontak langsung tersebut karena mereka akan dapat mengetahui lebih akrab lagi dengan konsumen mereka.

4. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Komponen promosi terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat.

Promosi yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama pada produk pembiayaan rahn yaitu:

a. Melalui door to door

Door to door yang dimaksudkan yaitu marketing funding di BPRS PNM Binama datang langsung kerumah calon nasabah atau ke pasar-pasar tradisional untuk mengambil setoran tabungan Taharah atau untuk menawarkan langsung produk dari Binama menjelaskan tentang persyaratan dan prosedur yang berada di BPRS PNM Binama

b. Melalui periklanan

Yang dimaksudkan yaitu Binama melakukan promosi dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam iklan internet, brosur, spanduk, mmt, souvenir, seperti dalam payung atau gelas.

c. Undian berhadiah

Undian berhadiah di BPRS Binama yang di maksud yaitu Binama memberikan undian berhadiah kepada nasabah yang memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Dan akan di undi setian Bulan januari dan Juli. Pengundian yang dilakukan oleh BPRS PNM BINAMA meliputi seluruh nasabah yang memiliki rekening tabungan taharah, yaitu dengan saldo pada rekening tabungan taharah yang mengendap sebedar RP. 5000 yang akan diundi setiap tahun pada bulan januari dan juli.

Bank merupakan lembaga keuangan yang kelangsungan hidup bank itu terletak pada pemasukan bank yaitu funding Maupin leanding salah satu cara yang dipiliholeh BPRS PNM Binama untuk meningkatkan produknya khususnya produk taharah yaitu dengan

melakukan dikerjasama diwilayah dekat bank, seperti warung makanan, toko bangunan, sekolah dasar (SD), sekolah menengah pertama(SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA)

C. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh BPRS PNM Binama

Berdasarkan wawancara dengan marketing funding dan manager BPRS PNM Binama Semarang ada beberapa hambatan-hambatan yang dihadapi oleh pihak Binama dalam menjalankan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

1. Kurangnya pemahaman mitra mengenai system perbankan syariah

Kurangnya pemahaman mitra tentang Binama merupakan kendala yang sering dihadapi. Menurut BPRS Binama kurangnya pemahaman tentang system perbankan syariah lebih kepada beberapa hal salah satunya adalah, masyarakat beranggapan bahwa antara system konvensional dan syariah itu sama saja. Padahal jika di bandingkan dan dikaji lebih jelas bahwa system syariah lah yang lebih menguntungkan dibandingkan system konvensional.

2. Kurangnya SDM (sumber daya manusia) pemasaran yang kompeten

Kurangnya sumber daya manusia pemasaran yang kompeten ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya tenaga pemasar bukan berasal dari latar belakang pemasar dan belum paham dengan akad-akad syariah atau dengan system perbankan syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah dibahas dan dijabarkan oleh penulis dari bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam memaparkan produk tabungan taharah kepada para mitranya, BPRS PNM Binama melakukan kiat-kiat strategi dengan memberikan penjelasan dan manfaat jika menjadi mitra di BPRS PNM Binama kemudian BPRS PNM Binama memberikan penjelasan mengenai persyaratan yang harus dipenuhi oleh mitra dan anggota yang akan mengajukan persyaratan pembukaan rekening tabungan Taharah
2. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama dalam memasarkan produk tabungan taharah adalah dengan melaksanakan strategi marketing mix, diantaranya :

- a. Strategi produk

Strategi produk yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama dalam upaya untuk menarik minat mitra adalah dengan menampilkan mutu dari produk Tabungan Taharah tersebut dengan memberikan kemudahan persyaratan pembukaan rekening Di tabungan Taharah

- b. Strategi Harga

Harga disini di maksudkan adalah pihak BPRS dan Nasabah dalam menentukan nisbah bagi hasil yaitu 35%:65%

- c. Strategi distribusi

Mengenai strategi distribusi, BPRS PNM Binama mengadakan sistem jemput bola yakni mendatangi langsung ketempat konsumen tinggal atau pasar-pasar tradisional untuk mengambil uang tabungan untuk menjangkau anggota yang tidak sempat datang langsung ke kantor.

- d. Stategi promosi

Promosi yang dilakukan oleh BPRS PNM Binama melalui periklanan berupa media internet, brosur, mmt dan spanduk. Publisitas dengan kegiatan undian berhadiah yang dilakukan 6 bulan sekali dalam bulan januari dan juli sekali yang lakukan oleh BPRS PNM Binama.

3. Kendala-kendala yang dihadapi oleh BPRS PNM Binama dalam memasarkan produk adalah sebagai berikut:
 - a. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai sistem syariah dengan konvensional, padahal jika di kaji lebih dalam lebih menguntungkan dengan sistem syariah di banding konvensional.
 - b. Kurangnya Sumber daya manusia yang kompeten dalam memasarkan produk.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang penulis sampaikan sehubungan dengan penelitian di BPRS PNM Binama sebagai berikut:

1. BPRS PNM Binama harus tetap konsisten dalam mengajukan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah
2. Supaya pemasaran dapat lebih optimal dengan menambahkan banyak brosur mengenai produk Tabungan Taharah dan di salurkan kerumah-rumah oleh para marketing
3. BPRS PNM Binama harus bias mempertahankan bahkan meningkatkan kegiatan social selain undian

Daftar Pustaka

- Trisadini P. Usanti, *transaksi Bank syariah*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013
- Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UII Pres, 2004
- Mardani, *Hukum Bisnis Islam*, Jakarta : Prenadamedia Group, 2014
- Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2009
- Jaih Mubarak, *Hukum Ekonomi Syariah Akad Mudharabah*, (Bandung:Fokusmedia,2013),hal 31
- Gitosudarmo indriyo, *manajemen strategis*, Yogyakarta: BPFE, 2001 hal.195
- Sejarah lahirnya PT. BPRS BINAMA Semarang dalam *Company profile*
- Nur Sa'adah, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri Cabang Ungaran Semarang*, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang, tahun 2013
- Cholid Narbuko dan Abu ahmad, *Metodologi penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, cet . ke-3, 2003
- Amirudin Dan Zainal Asikin, *pengantar metode dan Penelitian Hukum*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003
- Sumardi Suryabrata, *metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cet ke II, 1998. Hlm 85
- Sukardi, *metodologi penelitian pendidikan kompetensi Dan Praktiknya*, Jakarta: Bumi Aksara , 2003
- Suharsimi Arikunto, *prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 1997
- Abdullah Rahman Al Jaziri, *kitabul fiqh 'alal Madzahibil Arba'ah*, jus 3, Beirut: Daarul kutub Al 'Ilmiah,
- Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, Jilid 3, Riyad: Daarul Muayyad, 1997,
- Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009,
- Muhammad, *Teknik Bagi Hasil Keuntungan pada Bank Syari''ah*, Yogyakarta: UII Press, 2004
- Muhammad Syafi''i Antonio, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, Cet. 1, Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Ghufron A. Mas''adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Semarang: PT RajaGrafindo Persada, 2002
- Muhammad Syafi''I Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta: Atas Kerja Sama Tazkia Institute, 1999)
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP YKPN, 2002)
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003),
- M. Nur Rianto, *Marketing pemasaran Bank Syariah*,Bandung:Alfabeta

Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia

Nur Rianto Al arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: 2012

Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen perbankan Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2013.

PT. RAKA PONDOKSIKAR KARYA BAYAN
PMM Binarna

PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi

PMM Binama

SLIP SETORAN
PBBK071453

Verifikasi	Tanggal	No. Slip	BK 067505
Nomor Rekening	Jenis Rekening	<input type="checkbox"/> Tabungan	<input type="checkbox"/> Deposito
Nama Pemilik Rekening	Jenis Setoran	<input type="checkbox"/> Tunai	<input type="checkbox"/> Non Tunai
Jumlah Setoran	Keterangan		
Terselang	No. Telp / Hlp		
Serta			

Ditandatangani Oleh	Penyeter
Chequer	Bank Office
Teller	Head Teller / Head Branch

Student's Name

Section

Roll No.

Roll No.

Roll No.

Roll No.

Signature

Teacher

Signature

Date

Page

No. of Pages

Page No.	Page No.	Page No.
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

TAHARAH

Adalah produk Tabungan yang menggunakan akad mudharabah yaitu akad kerjasama antara "Shohibul Maal" (pemilik dana / penabung) dengan "Mudhorib" (BPRS PNM Binama) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan Nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata-rata pengendapan harian.

Syarat Mudah

1. Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening
2. Melampirkan Fotocopy Identitas Diri (KTP)
3. Setoran Awal Minimal Rp. 10.000.- untuk perorangan dan Rp. 25.000.- untuk badan usaha

Keuntungan

1. Aman karena dijamin LPS
2. Bebas biaya administrasi bulanan
3. Bagi hasil sesuai prinsip syariah
4. Layanan auto debet
5. Layanan pick up service
6. Nisbah bagi hasil 25 % : 75 %

AYO.. TINGKATKAN SALDO TABUNGAN ANDA!!!

DAN RAIH HADIAHNYA....

SETIAP SALDO RATA-RATA Rp. 1.000.000

AKAN MEMPEROLEH 1 POIN UNDIAN

DAN KELIPATANNYA

➔ Kantor Pusat

- Jl Arteri Soekarno Hatta No 9 Semarang
Telp/Fax 024-76729706, 024-76729707

➔ Kantor Kas

- Ruko Jatisan Indah Blok C No 9 Miljen Semarang Telp/Fax 024-76672407
- Jalan Ngasrep Timur V No 110 C Banyumanik Semarang Telp/Fax 024-7466355

TAHARAH

TABUNGAN BERTABUR HADIAH

DIUNDI SETIAP BULAN JULI

HADIAH UTAMA	: 1 UNIT MOTOR HONDA BEAT
HADIAH KEDUA	: 2 UNIT KULKAS
HADIAH KETIGA	: 3 UNIT TV LED 24"
HADIAH KEEMPAT	: 4 UNIT KOMPOR GAS (2 TUNGKU)
HADIAH KELIMA	: 5 UNIT KIPAS ANGIN (STANDING)
HADIAH KEENAM	: 7 UNIT MAGIC COM
HADIAH KETUJUH	: 9 UNIT BLENDER
HADIAH KEDELAPAN	: 12 UNIT SETRIKA
HADIAH KESEMBILAN	: 14 UNIT POWERBANK
HADIAH HIBURAN	: 50 BUAH PAYUNG
HADIAH HIBURAN	: 75 BUAH KAOS

PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
PNM Binama

iB

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Roy Zainal Wildan Alfariqi.

Nim : 1405015187.

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tempat, Tanggal lahir : Tegal, 19 Maret 1996

Agama : Islam

Alamat : Ds.Tembok Kidul RT/RW 07/01

Kec.Adiwerna Kab.Tegal

No.Hp : 085842023410

Pendidikan : MI Miftakhul Athfal

Mts N Model Babakan Lebksiu Tegal

Man Babakan

Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN
Walisongo

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat
dipergunakan dengan semestinya

\

Semarang, juli 2018

Roy zainal wildan al

NIM.1405015187